

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Ціноутворення в туристичному бізнесі»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	4 курс/8 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Туризм»
Спеціальність	242 Туризм
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Карпенко Юрій Вікторович

к.е.н., доцент

доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу

Контактний телефон	+38-050-941-00-20
Електронна адреса	9410020@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.tourism.puet.edu.ua/stud.php он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Вивчення особливостей процесу ціноутворення в туристичному бізнесі, а саме основних факторів, що впливають на ціну туристичного продукту, на процес ціноутворення, вплив каналів просування на ціну, а також залежність ціни від рівня та специфіки туристичної компанії.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
Базові знання	Наявність широких знань з організації, менеджменту та економіки туризму
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none">знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ (ПР03);ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися (ПР08);розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-	<ul style="list-style-type: none">здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу (К04);здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (К06);здатність визначати, формулювати і вирішувати проблеми (К09);знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності (К15);здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (К16);розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів (К19);розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
технологічна) (ПР10). • володіти інструментарієм економічного аналізу ефективності використання ресурсного потенціалу туристичних підприємств та приймати обґрунтовані рішення щодо вирішення проблемних ситуацій (ПР24).	туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного) (К20); • здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту (К21); • розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем (К22); • здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал (К24); • здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу (К30).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі		
Тема 1. Формування собівартості туристичного продукту.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Турист бажає займатися гірськолижним спортом в Українських Карпатах. Він отримав інформацію, що дану послугу надає туристичний оператор «Марабу». Туристичний оператор розробляючи для даного туриста тур, включив до туристичного пакету вартість: страховки, перельотів до м. Львів та у зворотному напрямі, трансферні витрати, вартість екскурсій по визначних місцях регіону; вартість послуг розміщення, абонентну плату за катання на лижах на 5 днів. Окрім того, турист відвідав каток. Турист заздалегідь забронював туристичний пакет. Визначте туристичні послуги, які формують ядро туристичного продукту, реальний та розширений туристичний продукт.
Тема 2. Ціна туристичного продукту.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	1. За місяць екскурсійне бюро реалізує 100 групових екскурсій за ціною 200 у.о., витрати на створення продукту 100 у.о; 200 одноосібних екскурсій за ціною 150 у.о., комісійна винагорода становить 30 % від вартості туру. Визначте маржинальний дохід та рівень маржинального доходу туристичного підприємства. 2. Готельне підприємство надає послуги розміщення. За місяць воно реалізує 400 одиниць туристичного продукту вартістю 200 у. о. (комісійна винагорода турагентам 10 %; собівартість продукту – 120 грн.); 200 одиниць продукту – вартістю 300 у.о. (комісійна винагорода турагентам – 15 %; собівартість – 150 у.о.). Визначте маржинальний дохід та рівень маржинального доходу туристичного підприємства.
Тема 3. Попит і пропозиція туристичного продукту та їх вплив на визначення ціни.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	1. Визначте еластичність попиту на транспортні послуги, якщо відомі такі показники: кількість рейсів на 1.01.2021 р. становила 200 у.о., ціна одного замовлення 5000 у.о., на 1.06.2111 р. кількість рейсів зросла до 300 у.о; ціна одного замовлення склала 6000 у.о. 2. Визначте еластичність попиту на послуги розміщення, якщо відомі такі показники: кількість поселених туристів на 1.01.2020 р. становила 250 у.о., ціна одного замовлення 120 у.о., на 1.01.2021 р. кількість туристів становила – 240 у.о., а ціна одного замовлення зросла до 150 у.о.
Тема 4. Конкуренція та її вплив на формування ціни.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	1. Бюро екскурсійних послуг працює на ринку чистої конкуренції. Воно пропонує нову екскурсію «Визначні пам'ятки архітектури міста». Пересічні ціни на ринку екскурсійних послуг становлять 10 у.о. для одного туриста. Визначте особливості формування ціни на даний вид послуг. 2. Ринок агротуризму регіону можна охарактеризувати як ринок вільної конкуренції. В даному регіоні туристична фірма відкриває міні-готель. Обґрунтуйте заходи щодо формування ціни, якщо відомо, що вартість послуг розміщення в агросадибах становить 25-50 у.о.
Модуль 2. Маркетинг ціноутворення у туристичному бізнесі		
Тема 5. Методи визначення	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення	1. Туристична фірма вперше входить на ринок екскурсійних послуг регіону. Витрати туристичної фірми на створення продукту 100 грн. Раніше подібний вид послуг в регіоні надавався за ціною 200 грн для одного туриста. Виберіть

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
ціни.	матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	один із методів встановлення цін на продукт, та обґрунтуйте ціну. 2. Туристична фірма вперше входить на ринок авіаперевезень регіону. Витрати туристичної фірми на створення продукту 100 у.о., з особи. Раніше подібний вид послуг у регіоні надавався за ціною 200 грн. для одного туриста. Виберіть один із методів встановлення цін на продукт, обґрунтуйте ціну.
Тема 6. Маркетингові стратегія ціноутворення в туризмі.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	1. На ринку послуг розміщення сформувалася ціна на рівні 250 у.о. за 1 добу проживання в номері «стандарт». Готельне підприємство пропонує проживання в номері «напівлюкс» – 300 у.о., «люкс» – 350 у.о., за одну добу. Визначте види цінової стратегії туристичної фірми та охарактеризуйте основні аспекти цінової політики при даній ціновій стратегії. 2. Туристичне підприємство пропонує круїзи по Середземному морю. Ринкова ціна такого продукту становить 600 у.о. Даний вид послуг на туристичному ринку регіону ексклюзивний. Тип ринку – олігополія. Оберіть стратегію ціноутворення та обґрунтуйте основні заходи формування ціни.
Тема 7. Цінові ризики та їх вплив на формування ціни.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Автоперевізник володіє 5 автобусами (вартістю 200 тис. у.о.), пропонує на ринку автопослуги. Їх ціна за місяць становить 100 тис. у.о. (собівартість 40 тис. у.о.) Перевізник отримав у банку кредит і щомісячно за ним сплачує 190 тис. у.о. Орендує ще 2 автобуси (орендна плата 45 тис. у.о.). Існує імовірність підвищення цін на паливо на 10 %. Визначте ціновий ризик використовуючи метод аналізу доцільності витрат. Обґрунтуйте заходи щодо зменшення цінового ризику.

Інформаційні джерела

1. Березін О. В. Управління ціноутворенням : навчальний посібник / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми : Університетська книга, 2012. – 176 с.
2. Березін О. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі: навчальний посібник / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми : Університетська книга, 2014. – 169 с.
3. Дайновська С. М. Ціноутворення: підручник / С. М. Дайновська. – Київ : КНТЕУ, 2009. – 320 с.
4. Карпенко Ю. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі: навч.-метод. посібник / Ю. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 183 с.
5. Ковальчук С. В. Маркетингова цінова політика: навч. посібник / С. В. Ковальчук, І. В. Гвоздецька, С. М. Синиця. – Львів: Новий світ 2000, 2011. – 352 с.
6. Колесников О. В. Ціноутворення: навчальний посібник / О. В. Колесников. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 144 с.
7. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / В. Л. Корінев, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.
8. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник / О. Є. Мазур. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 480 с.
9. Мельник Л. Г. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / Л. Г. Мельник, А. В. Старченко, О. І. Карінцева. – Суми : Університетська книга, 2007. – 240 с.
10. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / М. А. Окландер, О. П. Чукурна.– Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
11. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, Н. А. Іваннікова, Я. Я. Слабко [та ін.]. – Київ : Кондор, 2007. – 252 с.
12. Пінішко В. С. Ціно- і тарифоутворення: навч. посіб. / В. С. Пінішко. – Львів : Магнолія 2006, 2009. – 303 с.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань

в процесі заняття.

- Політика щодо відвідування:
відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (15 балів)	55
Модуль 2 (теми 5-7): відвідування занять (6 балів); захист домашнього завдання (6 балів); обговорення матеріалу занять (3 бали); виконання навчальних завдань (6 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (3 бали); поточна модульна робота (15 балів)	45
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни